



L'Occitane : "Nous oeuvrons à la construction d'une expérience client 360°"

publié le 21/11/2015

Descriptif :

Un article sur le site emarketing.fr

La marque de produits de beauté L'Occitane en Provence relève le défi d'une relation client multicanale. Réconcilier retail et digital s'avère primordial, relève Mathieu Staat, directeur digital et CRM de L'Occitane.

Emarketing.fr : [Comment construisez-vous une expérience client 360° ?](#)

Mathieu Staat, directeur digital et CRM de L'Occitane : L'Occitane possède une vraie volonté de développer l'expérience client, dans une logique multicanale. Pour cela, nous menons des efforts, depuis trois ans, sur trois leviers : l'augmentation de la part du digital, la hausse de la fréquence d'achat, et ce quel que soit le canal, et la maîtrise des coûts marketing. Notre organisation interne a été revue, afin que la connaissance client soit partagée entre les différents canaux de communication : ainsi, la société s'est digitalisée, "CRMisée".



**Académie
de Poitiers**

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers.

Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.